

แนวทางการนำเสนอเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี
ผ่านการจัดแสดงนิทรรศการและเทศกาลโคมไฟ “สีสัน สุพรรณบุรี”
Guidelines on the Unique Presentation Style of Tourist Attractions
in Suphanburi Province through the Exhibition and Lantern Festival “SEASON
SUPHANBURI”

มนตรี สุขสมพงษ์¹ รตนนภดล สมิตินันท์¹ และ ศรัฐ ลิ้มศิริ¹
¹โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Montree Suksomphong¹ Ratananapadol Smitinand¹ and Sarath Simsiri³
¹School of Tourism and Hospitality, Suan Dusit University

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพิเศษเพื่อการออกแบบนิทรรศการและจัดแสดง เพื่อนำเสนอเรื่องราวศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันของประเทศโดยเฉพาะจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการนำเทคนิคการใช้แสงและโคมมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นสื่อกลางในการส่งผ่านความหมาย เอกลักษณ์ และเรื่องราว ผ่านการจัดแสดงงาน ในรูปแบบของนิทรรศการและจัดแสดง ตั้งอยู่บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เพื่อนำมาจัดแสดงและจัดกิจกรรม เพื่อให้มีความแปลกใหม่ของงานแสดงภายในจังหวัด ประโยชน์ที่จะได้รับนอกเหนือจากการท่องเที่ยวในเวลากลางวันแล้วกิจกรรมนี้ยังสามารถทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวสุพรรณบุรีในเวลากลางคืนได้อีกด้วย ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวจะสามารถช่วยในเรื่องของภาคเศรษฐกิจให้เกิดการหมุนเวียน เติบโต และตอบสนองต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ : เอกลักษณ์ นิทรรศการ สุพรรณบุรี

Abstract

This article is part of a special project for exhibition design and exhibition. To present the story of art and culture And tourist attractions in Suphanburi Province Due to the importance of the current tourism industry of the country, especially Suphanburi Province Is the application of lighting and lighting techniques to be used as a medium for transmitting meaning, identity and story through exhibitions In the form of exhibitions and exhibitions Based on the culture and tradition A unique tourist destination for exhibitions and events. In order to have the novelty of the show in the

province Benefits that will be received in addition to daytime travel This activity also allows tourists to travel to Suphanburi Province at night too. Which such activities will help in the economic sector to increase circulation and respond to Creative Tourism

Keywords: unique, exhibition, Suphan Buri Province

บทนำ

จังหวัดสุพรรณบุรี มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายแบบ ให้นักเดินทางได้สัมผัสและค้นหา ภาพประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ เรื่องราวของอดีตที่น่าสนใจ สิ่งก่อสร้างทางพุทธศาสนา ทั้งดงามและทรงคุณค่าต่อการกราบไหว้บูชา หรือแม้แต่สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นมาให้นักท่องเที่ยวได้ชม ได้เพลิดเพลินกับความอลังการ ตื่นตา ตื่นใจ และเป็นแหล่งศึกษาหาความรู้ของเยาวชนคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ที่กล่าวมาแล้ว สุพรรณบุรี ยังเป็นดินแดนที่มีธรรมชาติ ทะเลสาบ น้ำตก ป่าเขา ทะเลหมอกทั้งดงาม และวิถีชีวิตกว่า 10 ชนเผ่า ที่ดำเนินอยู่ ณ ดินแดนแห่งนี้ จากแผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2562) มีกลยุทธ์ ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติภายใต้การมีส่วนร่วม รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พร้อมด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สถานประกอบการ และ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว จากการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัส โดยจังหวัดสุพรรณบุรีนั้นสามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งจังหวัดสุพรรณบุรีมีความน่าสนใจในแง่มุมทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และภาษาถิ่นที่เป็น เอกลักษณ์ ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจ มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ ทรงคุณค่า มีอัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างชัดเจน เป็นจำนวนมาก มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งที่มีการสร้างขึ้นจากองค์การต่างๆและที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ อีกทั้งกรอบแนวคิดการท่องเที่ยว 4.0 ของไทย ยังดำเนินไปในทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 ที่มีแนวปฏิบัติคือการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมโยงภายในสู่เศรษฐกิจโลก โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีและออกแบบอย่างมีดีไซน์ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฐานราก โดยสร้างความมั่นคงทางการท่องเที่ยวผ่านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 (สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งตั้งเป้าหมายในการพลิก ชุมชนท่องเที่ยว สู่ก้าวใหม่ด้วยการใช้นวัตกรรมดีไซน์การผลิตสินค้า ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ด้วยมาตรฐานซึ่งอุดมไปด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นวางขาย ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า เพื่อประโยชน์สูงสุดที่จะตอบโจทย์ท้าทายการสร้างคุณภาพทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม ควบคู่ไปกับการเพิ่มรายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนจากนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติ ตามนโยบายการขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง ดังนั้นแนวคิดที่จะทำการจัดนิทรรศการและเทศกาลไลฟ์ สีสัน

มนตรี สุขสมพงษ์

Email: buem_@hotmail.com

ขอขอบคุณหลักสูตรออกแบบนิทรรศการ ที่ให้การสนับสนุนข้อมูล สถานที่ และบุคลากร พร้อมกันนี้ขอขอบคุณโรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ที่จัดให้มีการเผยแพร่บทความเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณชนและประโยชน์เชิงวิชาการ

สุพรรณฯ UNSEEN จึงมีความเป็นไปได้อย่างมาก เนื่องจากประเทศต่างๆรวมถึงประเทศไทยเองพยายามจัดเทศกาลบางอย่างเพื่อสร้างความน่าสนใจและน่าจดจำที่จะมอบให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยี่ยมชมให้เกิดความประทับใจต่อสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจังหวัดสุพรรณเองมีศักยภาพหลายด้านที่สามารถสนับสนุนการเกิดขึ้นของเทศกาลนี้

จังหวัดสุพรรณบุรีมีอะไรน่าสนใจ

การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นว่าเป็นหนึ่งในแผนพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี ปี พ.ศ.2561-2564 (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2562) โดยมีกลยุทธ์ ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการและสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติภายใต้การมีส่วนร่วม รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมกิจกรรมประเพณี วัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว พร้อมด้วยการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สถานประกอบการ และ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว (สมจินต์ ชาญกระบี และ นรินทร์ สังข์รักษา, 2560) โดยจังหวัดสุพรรณบุรีนั้นสามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีเพิ่มขึ้นทุกปี อีกทั้งจังหวัดสุพรรณบุรีมีความน่าสนใจในแง่มุมทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และภาษาถิ่นที่เป็น เอกลักษณ์ ซึ่งเป็นเสน่ห์ดึงดูดใจ มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า มีอัตลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นจังหวัดสุพรรณบุรีได้อย่างชัดเจนเป็นจำนวนมาก มีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากทั้งที่มีการสร้างขึ้นจากองค์การต่างๆและที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ (สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี, 2562)

สุพรรณบุรีเป็นเมืองสมัยโบราณ พบหลักฐานทางโบราณคดี มีอายุไม่ต่ำกว่า 3,500-3,800 ปี โบราณวัตถุที่ขุดพบมีทั้งยุคหินใหม่ ยุคสัมฤทธิ์ ยุคเหล็ก สืบทอดวัฒนธรรมต่อเนื่องกันมาตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ เดิมจังหวัดสุพรรณบุรีมีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า เมืองทวารวดีศรีสุพรรณภูมิ หรือ พันธุมบุรี ต่อมาเมื่อพระเจ้ากาแต เสด็จขึ้นครองราชย์และย้ายเมืองมาอยู่ทางฝั่งขวาของแม่น้ำท่าจีน ได้ทรงสร้างวัดสนามชัยและบูรณะวัดป่าเลไลยก์ ทรงชักชวนข้าราชการออกบวช จำนวน 2,000 คน จึงเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “สองพันบุรี” ครั้นพระเจ้าอู่ทองทรงย้ายเมืองไปอยู่ทางฝั่งใต้หรือทิศตะวันตกของแม่น้ำท่าจีน มีชื่อใหม่ว่า “อู่ทอง” จนกระทั่งเข้าสมัยขุนหลวงพะงั่ว จึงเปลี่ยนชื่อเป็นสุพรรณบุรี ในที่สุด นอกจากนี้ยังเป็นเมืองต้นกำเนิดวรรณคดีเรื่อง ขุนช้างขุนแผน อันเป็นวรรณคดีสำคัญเรื่องหนึ่งของชาติไทย ซึ่งมีอิทธิพลของวรรณคดีดังกล่าวมีผลต่อการตั้งชื่อตำบล ชื่อบ้าน ชื่อถนนและชื่อสถานที่สำคัญต่างๆ เรื่องราวในวรรณคดียังมีปรากฏให้เห็นอยู่ในปัจจุบัน เช่น บ้านไร่ใหญ่ วัดเขาใหญ่ ท่าสิบเบี้ย ไร่ฝ้าย วัดป่าเลไลยก์ วัดแค ถนนนางพิม ถนนขุนไกร อำเภออู่ทองและอำเภอศรีประจันต์ เป็นต้น สมดังคำขวัญของจังหวัดสุพรรณบุรีที่ว่า “สุพรรณบุรีเมืองยุทธหัตถี วรรณคดีขึ้นชื่อ เลื่องลือพะระเครื่อง รุ่งเรืองเกษตรกรรม สูงล้ำประวัติศาสตร์ แหล่งปราชญ์ศิลปิน ภาษาถิ่นชวนฟัง” ซึ่งโดยทั่วไปแล้วคำขวัญประจำจังหวัด เป็นการนำเสนอข้อมูลของสิ่งที่เด่นเป็นจุดเด่นประจำจังหวัดต่างๆ เปรียบเสมือนการสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่เพื่อให้คนภายในจังหวัดเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจในความโดดเด่นของท้องถิ่นของตน ข้อมูลที่มักถูกหยิบขึ้นมาสร้างเป็นคำขวัญประจำจังหวัดนั้นโดยทั่วไปจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะเด่นทางพื้นที่ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ทางธรรมชาติ ข้อมูลทรัพยากรธรรมชาติ ข้อมูลสิ่งปลูกสร้าง รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ประจำจังหวัด ในขณะที่การศึกษาเชิงภูมิศาสตร์นั้นเป็นการศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ซึ่งมีความคาบเกี่ยวกับศาสตร์อื่นๆ หลากหลายแขนง ดังนั้นเมื่อนำคำขวัญประจำจังหวัดของแต่ละจังหวัดมาทำการจำแนกข้อมูลอัตลักษณ์ทางพื้นที่ที่ได้นำเสนอ พบว่าคำขวัญประจำจังหวัดส่วนใหญ่ได้นำเสนอข้อมูลอัตลักษณ์ทางพื้นที่ ในลักษณะที่คล้ายคลึงกันทั้งสิ้น 7 กลุ่มได้แก่ 1) ท่าเลที่ตั้งของจังหวัด 2) หน้าที่

หรือความสำคัญของจังหวัด 3) ลักษณะภูมิลักษณะของจังหวัด 4) สิ่งปลูกสร้างหรือโบราณสถานของจังหวัด 5) วัฒนธรรมของจังหวัด 6) สินค้าขึ้นชื่อของจังหวัด 7) ประวัติศาสตร์ของจังหวัด (จิตรภณ สุนทร, 2561)

จากการรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรีพบว่า มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัส อาทิ ภาพประวัติศาสตร์ที่เก่าแก่ เรื่องราวในอดีต สถาปัตยกรรมทางพุทธศาสนา สถานที่ท่องเที่ยว และสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ของผู้ที่สนใจ นอกจากนี้สุพรรณบุรียังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่อุดมไปด้วยธรรมชาติอันสวยงาม ได้แก่ ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขา ทะเลหมอก และวิถีชีวิตหลากหลายชนเผ่า รวมทั้งมีตลาดเก่าแก่ ตลาดโบราณ และตลาดยุคใหม่ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี, 2562) นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี ในอำเภอต่างๆดังต่อไปนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง ได้แก่ วัดป่าเลไลยก์ หอคอยบรรหารแจ่มใส อุทยานมังกรสวรรค์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสุพรรณบุรี พิพิธภัณฑ์ลูกหลานพันธุ์มังกร วัดแค คุ่มขุนแผน อุทยานมัจฉาวัดพระนอน วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ หอเกียรติยศ ฯพณฯ บรรหาร โรงละครแห่งชาติ วัดหน่อพุทธางกูร วัดพระรูป บ้านยะมะรัชโช พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติชวนาไทย กำแพงเมืองเก่าและประตูเมือง สระศักดิ์สิทธิ์ วัดสนามไชย วัดสุวรรณภูมิ ตลาดริมน้ำยามเย็นโพธิ์พระยา ศาลสมเด็จพระนเรศวร วัดพรา้ว วัดวรจันทร มุลินีชีวาวัยวัดสำปะชิว ทางรถไฟสายสุพรรณบุรี วัดโพธิ์เจริญ วัดปู่บัว ศาลตายาย ทุ่งปอเทือง สวนขวดสุพรรณบุรี ศูนย์เรียนรู้วิถีชีวิตและจิตวิญญาณชวนาไทย เทวาลัยเศนศอินทร์ศวร อุทยานพุทธบัญญัติ วัดมะนาว (2) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเดิมบางนางบวช ได้แก่ บึงฉวาก วัดนางบวช วัดเขาขึ้น ตลาดท่าช้าง วัดหัวเขา ทุ่งดอกดาวเรือง ถนนดอกคูณ วัดเดิมบางตลาดท่าช้าง (3) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสามชูก ได้แก่ ตลาดร้อยปี วัดสามชุก วัดลาดสิงห์ บึงระหาร ตลาดปากคลองบางขวก วัดท่าประชาสวรรค์ วัดทุ่งแฝก วัดบ้านทิง วัดบางแอก ถนนสายดอกไม้ หมู่บ้านอนุรักษ์เข้ บ้านโคก เรือนไทยสารภี โสมสเดย์ สวนแมล่อน วัดดอนไร่ (4) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอศรีประจันต์ ได้แก่ หมู่บ้านควาย ตลาดเก่าศรีประจันต์ วัดบ้านกร่าง สวนพีไธดิน วัดเถรพลาย นาแห้วสุพรรณบุรี (5) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอด่านช้าง ได้แก่ เขื่อนกระเสียว อุทยานแห่งชาติพุเตย บ้านก้านดิน ถ้ำเวฬุวัน พิพิธภัณฑ์ชุมชนบ้านพุน้ำร้อน บ้านเขมรโรง พลัปลาที่ประทับบนเขื่อนกระเสียว บ้านห้วยหินดำ หาดทรายท้ายเขื่อนกระเสียว สำนักสงฆ์พระยาฤดารี อ่างเก็บน้ำหุบเขาวง อ่างเก็บน้ำห้วยท่าเตือ ทุ่งปอเทืองท้ายเขื่อนกระเสียว (6) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอดอนเจดีย์ ได้แก่ พระบรมราชานุสรณ์ดอนเจดีย์หนองสาหร่าย (7) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภออู่ทอง ได้แก่ ศูนย์พันธุ์พืชเพาะเลี้ยง วัดเขาดีสลัก พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอู่ทอง วัดเขาพระศรีสรรเพชญาราม วนอุทยานพุ่มม่วงคอกข้างดิน บ้านขาม สวนหินธรรมชาติ พุททางนาค สวนกล้วยอู่ทอง วัดเขาทำเทียม สถานปฏิบัติธรรมปูณณารอด ศาลเจ้าพ่อพระยาจักร บ้านดอนคา พุทธมณฑล เมืองโบราณอู่ทอง (8) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอสองพี่น้อง ได้แก่ วัดไผ่โรงวัว วัดทับกระดาน ตลาดบางลี่ บางตะเคียน สุ่มปลายักษ์ (9) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอบางปลาม้า ได้แก่ ตลาดเก่าห้อง 100 ปี อุทยานมัจฉาวัดป่าฤกษ์ บางแม่หม้ายโสมสเดย์ วัดเจ้าขาว อุทยานมัจฉา วัดสวนหงส์ วัดน้อยหลวงพ่อนิยม ชุมชนตำบลบ้านแหลม และ (10) แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหนองหญ้าไซ ได้แก่ แหล่งโบราณคดีหนองราชวัตร วัดหนองหลวง วัดปลัดลัง เป็นต้น

ทำไมต้อง Thailand 4.0

แนวโน้มการท่องเที่ยวประเทศไทยยุค 4.0 หรือที่รู้จักกันในชื่อ “Thailand 4.0” ในปัจจุบันมีนโยบายเรื่องประเทศไทยยุค 4.0 ที่มีการพัฒนามาจาก ประเทศไทยยุค 1.0 (Mass Marketing) ที่เป็นยุคสังคมนิยมการตลาด การตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะเป็นการตลาดยุคที่เน้นผลิตภัณฑ์ สินค้าเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวจะผลิตให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ในตลาดจะมีการใช้กลยุทธ์ส่งเสริมส่วนประสม

การตลาด (4Ps) ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ (Products) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (สุประภา สมนึกพงษ์, 2560) ในการวางแผนวิเคราะห์ด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ผู้บริโภคเข้าถึงตัวสินค้าได้ง่ายขึ้นประเทศไทยยุค 2.0 (Brand Experience Marketing) เป็นยุคอุตสาหกรรมเบามีการค้าขายในเชิงพาณิชย์ที่มีขนาดไม่ใหญ่มาก ใช้แรงงานคนเพื่อผลิต การตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะเน้นการทำการตลาดแบบแบ่งกลุ่ม เป้าหมายเพื่อหาลักษณะเด่น และทำการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM) ซึ่งเป็นกลยุทธ์การตลาดในการสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าและทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเกิดเป็นความภักดีต่อตราสินค้าด้านการท่องเที่ยว (Brand Royalty) ส่วนประเทศไทยยุค 3.0 (Digital Marketing & Social Marketing) จะมุ่งอุตสาหกรรมหนักที่มีความซับซ้อนมากขึ้น ตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะเป็นยุคที่ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตราสินค้า (brand) และการตลาดยุคนี้เน้นเรื่องการทำ (Corporate Social Responsibility: CSR) ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และในยุคประเทศไทย 4.0 (Integration) มีการเน้นในเรื่องเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ เป็นหลักดังนั้นการตลาดท่องเที่ยวในยุคนี้จะมีลักษณะการตลาดสังคมออนไลน์ (Social Media Marketing) เชื่อมโยงการตลาดออนไลน์ (Online) การตลาดออฟไลน์ (Offline) และการบริหารช่องทางในการเข้าถึงลูกค้า (Omni Channel) การทำการตลาดในยุคนี้จะทำให้ลูกค้าและผู้ให้บริการเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายและเชื่อมโยงในการจัดการตลาดให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ (Customer Relationship Management: CRM) (Kotler, P. 2000)

ในปัจจุบันการท่องเที่ยว 4.0 ที่เน้นในด้านนวัตกรรม เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ทำให้เกิดมูลค่าด้านการท่องเที่ยว มีงานวิจัยที่ทำการศึกษารวบรวมของนวัตกรรมในการท่องเที่ยว (A holistic approach to innovation in tourism) จากงานวิจัยทำให้ทราบว่า การเข้าสู่ยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม 4.0 มีการใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่อาจจะเป็นปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวรวมควมวัฒนธรรมสามารถใช้การเชื่อมต่อข้อมูลกับอินเทอร์เน็ตที่มีฐานข้อมูลจำนวนมากช่วยในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยว (Romina, A. et al., 2017) ซึ่งการท่องเที่ยว 4.0 นั้นนอกจากจะเป็นกระแสแนวโน้มที่มีความสำคัญมาก ในความเจริญทางด้านเทคโนโลยีปัจจุบันยังสามารถช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการประยุกต์ใช้นวัตกรรมทำให้เกิด ความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวปัจจุบันมากขึ้น นอกจากข้อมูลที่กล่าวไปข้างต้นที่เป็นแนวโน้มในปัจจุบันสอดคล้องกับลักษณะนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ World Economic Forum, 2017 ที่ได้นำข้อมูลคำทำนายของบริษัท Amadeus ได้กล่าวถึงแนวโน้มลักษณะนักท่องเที่ยว ปีพ.ศ. 2573 ว่ามีลักษณะนักท่องเที่ยวจะแบ่งเป็น 6 แบบดังนี้ 1. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเรียบง่าย (Simplicity searchers) พฤติกรรมนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะต้องการอะไรที่เรียบง่าย มีการใช้บริการบริษัททัวร์นำเที่ยวเพื่อต้องการซื้อความสะดวกสบาย 2. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความแตกต่างทางวัฒนธรรม (Cultural purists) เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ต้องการหาอะไรใหม่ๆในชีวิตในตัวเองในลักษณะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น การท่องเที่ยวลักษณะนี้อาจจะเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความโดดเด่นในสังคม (Social capital seekers) เป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะนิยมแชร์ประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อบอกเล่าประสบการณ์และ ต้องการการยอมรับในสังคม จึงทำให้เกิดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่นิยมซื้อสื่อเทคโนโลยีออนไลน์ 4. กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ตามหารางวัลแก่ชีวิต (Reward Hunters) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้รางวัลกับตนเอง หลังจากทำงาน อาจจะมีการท่องเที่ยวแล้วหรูหรา (Luxury Products) หรือสันทนาการพักผ่อนคลาย เป็นต้น 5. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีข้อผูกมัด (Obligation Meters) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมาย หลักในการทำกิจกรรม เช่นมาทำกิจกรรม

หลักทางธุรกิจ หรือมาประชุม สัมมนา กลุ่มนี้อาจจะรวมนักท่องเที่ยว กลุ่มประเภท mice และยังมีการเดินทางเพื่อมาทำกิจกรรมอื่นอีก เช่น มางาน เทศกาล หรือมางานแต่งงาน และจะมาเยี่ยมขณสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว หรืออยู่ใกล้เคียงสถานที่ทำกิจกรรม 6.กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับจริยธรรม (Ethical Travelers) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคม เช่น ลักษณะการท่องเที่ยวแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community base Tourism) การท่องเที่ยวแบบจิตอาสา (Volunteer Tourism) (สุประภา สมนึกพงษ์, 2560)

จากนโยบายผลักดันให้ไทยก้าวสู่การเป็น เสือตัวที่ 5 แห่งเอเชีย ในช่วงทศวรรษ 2530 ต่อด้วยการพัฒนาเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจก้าวหน้าและรายได้สูงจากภาคอุตสาหกรรมที่เรียกว่า NICS (New Industry countries) หรือประเทศอุตสาหกรรมใหม่ จนกระทั่งยุคแห่งการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานรากความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในยุคแห่งเทคโนโลยีดิจิทัลตามนโยบาย "ไทยแลนด์ 4.0" ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังคงก้าวร้าวไปด้วยทรัพยากรทางวัฒนธรรม และ ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งไม่เคยขาดแคลน ซึ่งสามารถเป็นต้นทุนสำคัญที่แปลงสู่การสร้างคุณค่าและมูลค่าได้อย่างไม่น้อยหน้าทรัพยากรอื่นๆ และเป็นอีกหนึ่งทางรอดที่สำคัญของไทยภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 นอกจากนี้ผู้จัดการออนไลน์ (2562) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวในปัจจุบันว่า ฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยยังคงเป็นเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นรายได้ส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งสถิติโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยอันดับหนึ่ง คือนักท่องเที่ยวจีน ถึงจุดนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นนำมาซึ่งรายได้ที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ทั้งนี้กรอบแนวคิดของ “ท่องเที่ยว 4.0” ยังดำเนินไปในทิศทางที่สอดคล้องกับนโยบายใหม่ของรัฐบาล “ไทยแลนด์ 4.0” ที่มีแนวปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกันคือ 1. สร้างความเข้มแข็งจากภายใน 2. เชื่อมโยงภายในสู่เศรษฐกิจโลก โดยมุ่งเน้นกลยุทธ์การนำเทคโนโลยีและออกแบบอย่างมีดีไซน์ที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจการท่องเที่ยวฐานราก โดยสร้างความมั่นคงทางการท่องเที่ยวผ่านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ททท. ยังมีแผนแม่บทการท่องเที่ยว ระยะ 5 ปี ระหว่าง พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งตั้งเป้าหมายในการพลิก “ชุมชนท่องเที่ยว” สู่ก้าวใหม่ด้วยการใช้นวัตกรรมดีไซเนอการผลิตสินค้า ทั้งแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พื้นเมือง ด้วยมาตรฐานซึ่งอุดมไปด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่นวางขาย ใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า เพื่อประโยชน์สูงสุดที่จะตอบโจทย์ท้าทายการสร้างคุณภาพทางเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม ควบคู่ไปกับการเพิ่มรายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนจากนักท่องเที่ยวคนไทยและต่างชาติ ตามนโยบายการขับเคลื่อนโครงสร้างเศรษฐกิจ ของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง (Creative, Culture & High Value Services)

งานแสดงโคมไฟจะช่วยให้ได้อย่างไร

เดิมทีเทศกาลโคมไฟ เป็นเทศกาลฉลองในวันที่ 15 เดือน 1 ตามปฏิทินจันทรคติ เรียกว่า เดือนหยวน และในสมัยก่อนเรียกเวลากลางคืนว่า เซียว ในภาษาจีนกลาง จึงถูกเรียกว่าเทศกาลหยวนเซียว เป็นสัญลักษณ์ของวันสุดท้ายในการฉลองเทศกาลปีใหม่ของจีน ในเทศกาลโคมไฟเด็กๆจะถือโคมไฟกระดาษ ออกไปวัดในเวลากลางคืน และพากันทนายปรีศนาที่อยู่บนโคมไฟ ในสมัยโบราณนั้นโคมไฟจะทำเป็นรูปแบบเรียบง่าย ยกเว้นโคมไฟของกษัตริย์และขุนนางจะมีความหรูหราและมีขนาดใหญ่ ในสมัยปัจจุบันโคมไฟได้ถูกพัฒนารูปแบบที่ซับซ้อนมากขึ้น สามารถทำเป็นรูปสัตว์ต่างๆ อีกทั้งโคมไฟมักจะทำเป็นสีแดงเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดี ซึ่งในประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ และมาเลเซีย เทศกาลไหว้พระจันทร์ ก็จะถูกรู้จักกันในชื่อของเทศกาลโคมไฟเช่นกัน

การฉลองเทศกาลโคมไฟที่ยิ่งใหญ่ที่สุดเกิดขึ้นในต้นศตวรรษที่ 15 มีระยะเวลาการฉลองยาวนานถึง 10 วัน โดยมีกษัตริย์เฉิงจู Emperor Chengzu ได้ให้จัดพื้นที่ใจกลางเมืองเป็นศูนย์กลางการจัดแสดงโคมไฟ จนกระทั่งในปัจจุบันนี้ ยังคงมีสถานที่ในเมือง Dengshikou, Beijing กลายเป็นตลาดที่จำหน่ายโคมไฟในเวลากลางวัน ส่วนในเวลากลางคืนประชาชนจะไปที่นั่นเพื่อชมความสวยงามของแสงจากการแสดงโคมไฟ ทุกวันนี้การแสดงโคมไฟก็ยังคงเป็นการจัดงานที่สำคัญในวันที่ 15 ในเดือนแรกของปฏิทินจันทรคติทั่วทั้งประเทศจีน เช่น เมือง Chengdu ทางตะวันตกเฉียงใต้ของมณฑลเสฉวนของจีน มีการแขวนโคมไฟทุกปีในสวนสาธารณะ ในช่วงของเทศกาลโคมไฟ สวนสาธารณะนี้จะเต็มไปด้วยทะเลโคมไฟ รูปแบบโคมไฟแบบต่างๆ เป็นที่ดึงดูดผู้มาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก โคมไฟที่เป็นจุดสนใจที่สุดคือโคมไฟมังกรขั้วโลก ซึ่งเป็นโคมรูปร่างมังกรทองที่ม้วนตัวขึ้นไปบนเสาสูง 38 เมตร และพ่นไฟออกจากปากของมัน เมืองหางโจว Hangzhou และ เซี่ยงไฮ้ Shanghai มีการนำไฟฟ้าและไฟนีออนมาทำโคมไฟโดยใช้กระดาษและไม้พื้นเมืองมาเป็นส่วนประกอบ กิจกรรมที่เป็นที่นิยมในเทศกาลนี้คือ การเตาปริศนาที่อยู่ในโคมไฟซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของเทศกาลนี้มาตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถัง

ในประเทศสิงคโปร์มีงานแสดงโคมไฟซึ่งอยู่ในรูปแบบของงานเทศกาลโคมไฟ (River Hongbao) โดยเป็นงานรื่นเริงประจำปีของสิงคโปร์ที่มีมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1987 และเป็นงานอีเว้นท์ที่เป็นสัญลักษณ์ของประเทศ จัดขึ้นที่จัตุรัส NS Square เป็นเวทีลอยน้ำที่ Marina Bay จนได้กลายเป็นประเพณีสำคัญของการเฉลิมฉลองเทศกาลตรุษจีนสำหรับชาวสิงคโปร์และบรรดานักท่องเที่ยว เทศกาลเฉลิมฉลองดังกล่าวเต็มไปด้วยความมีชีวิตชีวา จะสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสวัฒนธรรมจีนในหลายๆด้าน นับตั้งแต่โคมไฟยักษ์ไปจนถึงอาหารรสเลิศ เป็นงานเฉลิมฉลองที่สามารถทำให้ผู้เที่ยวชมได้เพลิดเพลินและสัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่อย่างต่อเนื่องไปกับโคมไฟขนาดใหญ่ ที่สร้างสรรค์ให้เป็นรูปตัวละครต่างๆในตำนานจีน รวมถึงเทพเจ้าแห่งโชคลาภ และสัญลักษณ์ของ 12 นักษัตร โดยช่างฝีมือจากเมืองจีน พร้อมหลากหลายกิจกรรม อาทิ ชิงช้าสวรรค์ การเล่นเกม การแสดงจิว การแสดงดอกไม้ไฟ การแสดงแสง สี เสียง และการแสดงอื่นๆ ที่จัดขึ้นบนถนนในงานมหกรรมเทศกาลโคมไฟแห่งนี้ (Singapore Tourism Board, 2019)

ส่วนในกรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ มีการจัดเทศกาลโคมไฟเพื่อน้อมรำลึกวันประสูติขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า ซึ่งเป็นเทศกาลโคมไฟดอกบัวประจำปี หรือ ยอนดิงฮว (Yeondeunghoe) บริเวณถนนหน้าวัดโซเกซา (Jogyesa Temple) ภายในงานประกอบไปด้วยนิทรรศการโคมไฟและขบวนแห่โคมไฟดอกบัว โดยเทศกาลนี้จัดสืบต่อกันมากกว่า 1,200 ปี และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของเกาหลีใต้ วัฒนธรรมดั้งเดิมนี้ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น พร้อมทั้งส่งเสริมจิตวิญญาณของชุมชน รวมถึงขบวนแห่โคมไฟดอกบัว ซึ่งเป็นหนึ่งในไฮไลท์ของเทศกาล โดยผู้ร่วมงานสามารถเขียนข้อความลงบนโคมไฟเพื่อขอพรให้ตนเอง ครอบครัว เพื่อนบ้าน และสังคม โดยโคมไฟดอกบัวนับพันพร้อมด้วยคำอวยพรเหล่านี้จะกลายเป็นคลื่นแห่งความปรารถนาถึงสันติภาพ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติยังจะได้ร่วมเดินขบวนพร้อมกับผู้สอนธรรมะจากนานาประเทศอีกด้วย ขณะเดียวกัน นิทรรศการโคมไฟแบบดั้งเดิมจะดึงดูดความสนใจจากประชาชนและนักท่องเที่ยว โคมไฟที่ถูกจัดแสดงจะสอดส่องวัดและคลองของเกซอนให้สว่างไสว พร้อมเผยแพร่ความงามจากโคมไฟกระดาษฮันจิ (Hanji) หรือกระดาษพื้นบ้านของเกาหลี (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

ในประเทศอินเดีย มีเทศกาลดิวัลี (Diwali) มีความหมายว่า แฉวหรือแนวของตะเกียงไฟ ซึ่งชาวอินเดียที่นับถือศาสนาฮินดู เฉลิมฉลองเทศกาลปีใหม่ ด้วยการจุดตะเกียงดินเล็กๆที่ใช้น้ำมันเนยหรือน้ำมันพืชเป็นเชื้อเพลิง ที่เรียกว่า ดิยา (Diya) จำนวนมากตลอดทั้งคืนเพื่อเป็นการรำลึกและแสดงถึงวันที่แสงสว่างมีชัยชนะเหนือความมืดมน ความรู้ที่มีเหนือความเขลาและความดีที่มีเหนือความชั่วร้าย เทศกาลนี้จึงเป็นเทศกาลแห่งการประดับไฟ แสงสว่างและความรื่นเริงของคนทุกวัยและทุกชนชั้น เพื่อต้อนรับปีใหม่ของชาวอินเดีย รวมทั้งเป็นการเฉลิมฉลองเพื่อเริ่มต้นชีวิตใหม่ และ

การทำสิ่งใหม่ๆให้กับชีวิต ในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นักอินเดียนจำนวนมากจะสวมเสื้อผ้าชุดใหม่ และซื้อเสื้อผ้าชุดใหม่ให้กับสมาชิกในครอบครัว มีการแลกเปลี่ยนของขวัญ เลี้ยงอาหาร และแจกขนมหวานนานาชนิดให้กับทุกคนในครอบครัว เพื่อนบ้าน และมีตรุษสายผู้มาเยี่ยมเยือน พร้อมจุดพลุ ประทัด ดอกไม้ไฟกันอย่างสนั่นหวั่นไหว โดยเชื่อว่าจะเป็นการขับไล่สิ่งชั่วร้ายและสิ่งอัปมงคลให้หมดไป โดยนอกจากประเทศอินเดียแล้ว ยังมีอีกหลายประเทศที่ร่วมเฉลิมฉลองเทศกาลนี้ และจัดให้เป็นวันหยุดราชการด้วย อาทิ เนปาล ศรีลังกา เมียนมาร์ มาเลเซีย สิงคโปร์ มอริเชียส กายอานา ตรินิแดดและโตเบโก ซูรินาเม รวมทั้งฟิจิ ซึ่งตามท้องถนนของประเทศเหล่านี้ก็จะมีมีการประดับประดาไฟสีส้มต่างๆจำนวนมาก และมีกิจกรรม และร้านค้าที่ม้ออกมาขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวันดีวาลี อย่างเช่น ดอกไม้ไฟ ขนมหวาน เสื้อผ้า รวมทั้งรูปบูชาเทพเจ้าตามคติความเชื่อในศาสนาฮินดู (มติชน, 2562)

อีกทั้งเทศกาลโคมไฟญี่ปุ่น (Bon Festival) หรือเทศกาลโอบอง (Obon) คือเทศกาลโคมไฟกระดาศที่มีชื่อเสียงของประเทศญี่ปุ่น (Japan) มีลักษณะคล้ายๆกับลอยกระทงของประเทศไทย แต่สิ่งที่แตกต่างกันก็คือ สิ่งที่น่ามาลอยนั้นไม่ใช่กระทงแต่เป็นโคมไฟกระดาศที่มีเทียนจุดไฟอยู่ภายใน จากนั้นจะถูกนำไปลอยลงไปในแม่น้ำ ซึ่งเป็นความเชื่อของคนนับถือศาสนาพุทธในญี่ปุ่น ว่าเป็นพิธีส่งวิญญาณบรรพบุรุษกลับไปยังโลกอื่นๆ การทำพิธีลอย โคมไฟญี่ปุ่น จะทำในตอนเย็นวันสุดท้ายของเทศกาลบง เป็นประเพณีของชาวญี่ปุ่นที่นับถือศาสนาพุทธ โดยที่ชาวญี่ปุ่นเชื่อกันว่าช่วงเวลาดังกล่าวบรรดาวิญญาณของบรรพบุรุษจะกลับมาจากนรกภูมิ และจะมีการจุดไฟรอรับที่หน้าบ้าน จัดอาหารเลี้ยง การละเล่น ในวันสุดท้ายของเทศกาลจะมีการจุดไฟเพื่อส่งวิญญาณกลับ โดยจะลอย โคมไฟญี่ปุ่นกระดาศ เป็นตัวแทนของผู้ล่วงลับไปแล้ว ลอยลงไปในแม่น้ำ ชาวญี่ปุ่นมีความเชื่อว่ามนุษย์กำเนิดมาจากน้ำ โดยให้โคมไฟเป็นตัวแทนของร่างกาย ไหลกลับไปสู่น้ำต้นกำเนิดของมนุษย์นั่นเอง (Lannaway, 2019) นอกจากนี้ยังมีเทศกาลโคมไฟประจำช่วงฤดูหนาวสุดยิ่งใหญ่ของจังหวัดนางาซากิอย่าง Nagasaki Lantern Festival เดิมเป็นงานเฉลิมฉลองวันตรุษจีน แต่ปัจจุบันเป็นเทศกาลประเพณีในช่วงฤดูหนาวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนนางาซากิเป็นจำนวนมาก ภายในเมืองจะประดับประดาไปด้วยโคมหลากสีกว่า 15,000 ดวง ส่งผลให้ให้ยามค่ำคืนของนางาซากิมีความสวยงามและมีชีวิตชีวา โดย High Light ของเทศกาล จะมีการร่วมกันนับถอยหลังเข้าสู่พิธีเปิดโคมไฟอย่างเป็นทางการ การประดับประดาโคมไฟที่มีขนาดมหึมาไปทั่วทั้งเมือง เช่น 12 นักชัตรี เทพเจ้าเงินต่างๆ บริเวณของสะพานเมงะเนะบาชิที่พาดผ่านตั้งแต่แม่น้ำโดสะก็ถูกประดับไปด้วยโคมไฟสีชมพู รวมถึงขบวนพาเหรดจักรพรรดิแสดงให้เห็นภาพของการเฉลิมฉลองในยุคมสมัยของราชวงศ์ซิง และ ขบวนแห่มาจ้อโป ซึ่งเป็นเทพเจ้าที่เป็นที่เคารพในหมู่ชาวประมงเพื่อคุ้มครองเวลาเดินเรือ นอกจากนี้มีการระบำเซิมังกรและกายกรรมจีนซึ่งเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่เน้นสีสันแบบจีน (Chibi Anngle, 2019) และอีกหนึ่งตัวอย่างเทศกาลโคมไฟเรืองแสงของประเทศญี่ปุ่น คือเทศกาล Toro Nagashi ซึ่งหมายถึงโคมไฟที่ไหลลื่น เป็นการเฉลิมฉลองที่รื่นรมย์มากกว่าช่วงเวลาแห่งการไว้ทุกข์ เทศกาลนี้จัดขึ้นครั้งแรกเกิดขึ้นที่โตเกียวใน 1946 เมื่อเมืองส่วนใหญ่ยังอยู่ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ในเวลานั้นงานนี้เรียกว่า "เทศกาลแห่งการกู้คืน" โดยโคมไฟหลายพันโคมถูกปล่อยตัวไปตามแม่น้ำซึ่งสามารถดึงดูดผู้เข้าชมจำนวนมาก ทั้งชาวญี่ปุ่นและชาวต่างชาติมาร่วมเทศกาลในแต่ละปี (มิถิลา จาริวิรา, 2019)

นอกจากนี้ยังมีเทศกาลลอยโคมไฟที่จัดขึ้นในประเทศสหรัฐอเมริกา นั่นคือ Lantern Floating Hawaii Festival ซึ่งเป็นเทศกาลที่สำคัญเทศกาลหนึ่งบนเกาะฮาวาย บริเวณ Ala Moana Beach Park บนคาบสมุทรเมจิกไอส์แลนด์ เมืองโฮโนลูลู โดยเทศกาลมีขึ้นในวันจันทร์สุดท้ายของเดือนพฤษภาคมของทุกๆ ปี เพื่อเป็นการรำลึกถึงทหารผู้เสียชีวิตจากการสละชีพเพื่อชาติของสหรัฐอเมริกา (Shinnyo en, 2019) เทศกาลลอยโคมไฟนี้ได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาพุทธนิกายชินโยเอ็น (Shinnyo-en) ซึ่งแยกออกมาจากนิกายชินงอน (Shinson) ของญี่ปุ่น โดยมีโอโตะชิโนโซะ (Shiso Ito) ลูกสาวของผู้ริเริ่มนิกายดังกล่าวเป็นผู้สร้างเทศกาลนี้ขึ้นครั้งแรกบนเกาะฮาวายในปี ค.ศ.1999

ในสามปีแรกเทศกาลนี้ถูกจัดขึ้นที่หาดเคเอฮี (Ke'ehi Lagoon) ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของเกาะโอวาฮู และตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 ก็ได้ย้ายมาจัดที่หาดอาลา โมอานาจนถึงปัจจุบัน ในเทศกาลลอยโคมไฟ ชาวบ้านบริเวณโดยรอบและนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกทิศบนโลกจะนำโคมไฟลูกบาศก์ซึ่งวางอยู่บนแผ่นไม้สี่เหลี่ยมคล้ายเรือพร้อมกับใส่ข้อความถึงคนรักที่ได้จากลาโลกนี้ไปแล้วและ นำไปลอยบนชายหาดเพื่อเป็นการรำลึกและสร้างความหวังแก่ทุกคนในอนาคต ในแต่ละปีมีผู้เข้าร่วมเทศกาลดังกล่าวหลายหมื่นคน

ในประเทศไทยเองก็มีเทศกาลโคมไฟเช่นกัน อาทิ งานชมเทศกาลโคมไฟเฟสติวล Lantern Festival 2019 แสงสีแห่งเมืองปากน้ำ ซึ่งจัดขึ้นโดยมูลนิธิธรรมกตัญญู (ศาลเจ้าเสียนหลอใต้เทียนกง หรือ ศาลเจ้าห้าพระองค์) เทศกาลนี้ จัดขึ้นต่อเนื่องเป็นปีที่ 7 โดยนำโคมไฟมาประดับไว้อย่างสวยงามตระการตากว่า 5,000 ดวง โดยโคมไฟแบ่งออกเป็น 6 ชุด ได้แก่ (1) โคมไฟชุดเทพเจ้า 5 พระองค์ อำนวยพรปีใหม่ (2) โคมไฟชุด เทพเจ้าไฉซิงเอี้ย บัลลาล ความมั่งคั่งและโชคลาภ (3) โคมไฟชุด รับพระเมตตา เจ้าแม่กวนอิม คุ่มครองดวงชะตา (4) โคมไฟชุด หมูทอง ฉลองชัย 2562 (5) โคมไฟชุดมัจฉาเรียงระบำใต้ท้องทะเล (6) โคมไฟชุดวิหคราตรี โดยศาลเจ้าเสียนหลอใต้เทียนกง แห่งนี้เป็นศาลเจ้าที่อยู่เชิงเทพเจ้า 5 พระองค์ มาจากไต้หวัน ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมและสัมผัสกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีสะเดาะเคราะห์ แก้ปีชง ฝากดวงชะตากับเทพเจ้าไฉ่ซิงเอี้ย กราบไหว้เทพเจ้าห้าพระองค์ เพื่อเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตตลอดปี อีกทั้งภายในงานยังจัดให้มีไต้หวันที่บาร์ชา ที่ทุกคนจะได้ชิมรสอาหารขึ้นชื่อของไต้หวัน อาทิเช่น ชานมไข่มุก เค้กไข่ไต้หวันที่ทอดยักซ์ ขนมถั่วแดงไต้หวันที่ไส้ใบชา พายไส้ป๊อปรด และน้ำแข็งไสสูตรไต้หวันที่ เป็นต้น (MTHAI, 2562)

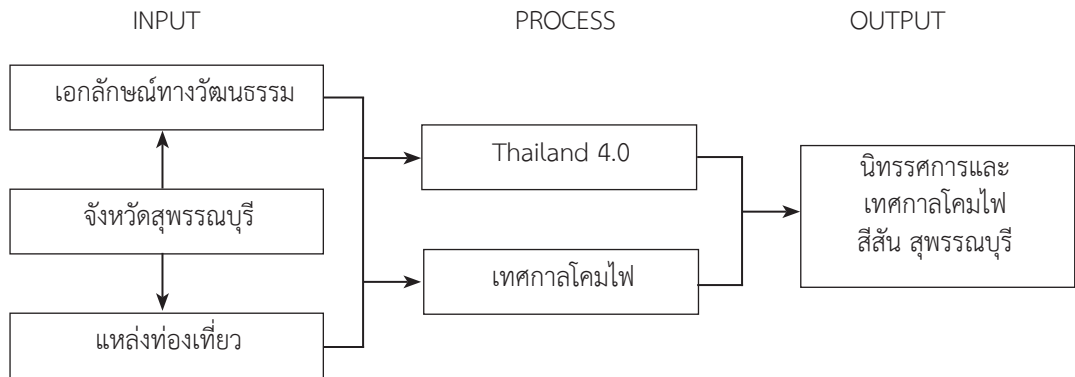
ในเทศกาลลอยกระทงของจังหวัดเชียงใหม่ จะถูกห้อมล้อมไปด้วยบรรยากาศสไตล์ล้านนาทั้ง แสง สี เสียง รวมถึงพุดอกไม้ไฟ กลิ่นหอมจากดอกไม้หอมที่ทุกคนนำมาร่วมในงาน รวมถึงการลอยโคมจำนวนมากขึ้นสู่ท้องฟ้าในคืนลอยกระทงของชาวล้านนาหรือประเพณียี่เป็งของชาวล้านนา (TOP CHIANMAI, 2019) อยู่บนรากฐานความเชื่อเดียวกับประเพณีลอยกระทงในภูมิภาคอื่น วัตถุประสงค์สำคัญคือ ขอขมาแม่พระคงคา บูชาองค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามความเชื่อของชาวล้านนา การเฉลิมฉลองงานประเพณีลอยกระทงแบบล้านนาจะเป็นการประดับตกแต่งโคมตามบ้านเรือน จัดขุ่มประตูป่าหรือขุ่มประตู่เข้าสู่ขุ่มประตู่ประกอบพิธีกรรมของหมู่บ้าน เข้าวัดทำบุญทำทาน ฟังเทศน์มหาชาติ ซึ่งจะต่างจากการฉลองของภูมิภาคอื่นที่เน้นกิจกรรมยามค่ำคืน เช่น 1) การเผาเทียนเล่นไฟ 2) การลอยประทีบ ลอยกระทงหรือลอยสะเปา ซึ่งเป็นภาชนะรูปร่างต่างๆ ทำจากหยวกกล้วย ใส่เครื่องสักการะ ธูปเทียน พร้อมเครื่องอุปโภค 3) การจับบอกไฟดอกหรือการจุดดอกไม้ไฟ ที่บรรจุอยู่ในกระบอกหรือกระปุกดินเผา นิยมนำไปวางบนพื้นหรือฝังดินไว้ให้ปลายกระบอกไหลพันดินขึ้นมาเล็กน้อย เวลาจุดขบวน ดอกไม้ไฟจะลุกเป็นไฟพุ่งขึ้นจากพื้นดินแล้วกระจายตัวเป็นสะเก็ดไฟคล้ายพุ่มดอกไม้ ชาวล้านนาเชื่อว่าการจับบอกไฟดอกนี้เป็นการน้อมสักการะบูชาพระรัตนตรัย และเป็นการละเล่นสนุกสนานอย่างหนึ่ง (TOP CHIANMAI, 2019)

งานเทศกาลโคมไฟง่วนเซี้ยว จังหวัดพิษณุโลก “THE GREATEST CHINESE LANTERN FESTIVAL” ณ สวนชมพูน่านเฉลิมพระเกียรติ ที่จัดขึ้นโดยมูลนิธิศาลเจ้าปูนเถ่ากงม่า ร่วมกับมูลนิธิประสาทรามสถาน เทศบาลนครพิษณุโลก และหอการค้าจังหวัดพิษณุโลก ร่วมกันจัดขึ้น เป็นเวลา 5 วัน 5 คืน ให้ชาวพิษณุโลก และนักท่องเที่ยวได้สัมผัสบรรยากาศของเทศกาลโคมไฟง่วนเซี้ยว ซึ่งนับเป็นวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน ที่เต็มไปด้วยความสวยงามและความรื่นเริง ทุกค่ำคืนนอกจากผู้ร่วมงานจะตื่นตากับการประดับประดาโคมไฟพร้อมความบันเทิงเต็มรูปแบบ อาทิ คอนเสิร์ตจากหลากหลายศิลปิน โชว์จากคณะมังกรและสิงโต การประกวดหุ่นง่วนเซี้ยว การประกวดอาวซ่งง่วนเซี้ยว และการประกาศผลผู้ชนะเลิศจากการประกวดตกแต่งโคมไฟ ที่สามารถสร้างความทรงจำที่สวยงาม และจัดได้อย่างสมบูรณ์แบบน่าประทับใจให้กับผู้ที่มาเที่ยวชม (ไทยที่อบอุ่นใจ, 2019)

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาทั้งหมดนี้ เป็นการสนับสนุนแนวทางในการจัด นิทรรศการและเทศกาลไลฟ์ สีสัน สุพรรณบุรี สามารถชี้ให้เห็นว่า ความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรีนั้นมีค่อนข้างสูง พร้อมทั้งการนำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มาปรับใช้เพื่อนำมาพัฒนาแนวทางการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี จะทำให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้อย่างดี รวมทั้งการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรีให้เกิดความน่าสนใจ มีความแปลกใหม่และมีความหลากหลายของกิจกรรมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการเพิ่มของปริมาณนักท่องเที่ยว อันจะส่งผลที่เป็นประโยชน์ต่อพื้นที่ทั้งประชาชน ชุมชน ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยว อีกทั้งจังหวัดสุพรรณบุรีมีอารยธรรมของจีนฝังตัวอยู่ไม่น้อย เห็นได้จากสถาปัตยกรรม การสร้างชุมชน อาชีพ เป็นต้น ดังนั้นผู้ดำเนินโครงการพิเศษจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะสามารถนำวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่ นำมาถ่ายทอดโดยแสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมในรูปแบบของนิทรรศการและเทศกาลไลฟ์ประจำจังหวัด จากแนวคิดของการท่องเที่ยว 4.0 นั้น ที่พยายามเน้นในเรื่องการใช้ นวัตกรรม เทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่อาจจะเป็นปัญหาในแหล่งท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรม ดังนั้นการท่องเที่ยวในยุคนี้ต้องเชื่อมโยงกับการตลาดออนไลน์ ออฟไลน์ เพื่อการเข้าถึงผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคได้เร็วและมากขึ้น อีกทั้งให้ผู้ใช้บริการหรือผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ก่อให้เกิดความประทับใจ และจะนำไปสู่ส่งเสริมการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่สามารถสนับสนุนกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความแตกต่างทางวัฒนธรรม ที่ต้องการหาอะไรใหม่ๆในชีวิตในตัวเองในลักษณะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่น การท่องเที่ยวลักษณะนี้อาจจะเป็นลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นการจัดแสดง นิทรรศการและเทศกาลไลฟ์ สีสัน สุพรรณบุรี ดังกล่าวจะต้องใช้แนวคิดของการท่องเที่ยว 4.0 เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้กับจังหวัดสุพรรณบุรี จากการใช้ นวัตกรรม เทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถทำให้มีพื้นที่แสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทั้งในจังหวัด พื้นที่ใกล้เคียง รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้มีโอกาสใช้เวลาท่องเที่ยวทั้งในช่วงเวลากลางวันและในเวลา กลางคืน ทั้งนี้ประโยชน์ที่จะได้รับอีกทางหนึ่งคือการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะนำมาสู่การไหลเวียนของเงินจำนวนมากที่สามารถส่งเสริมและขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ให้ดีขึ้นอีกด้วย

นิทรรศการและเทศกาลไลฟ์ สีสัน สุพรรณบุรี จะต้องเริ่มจากศึกษาความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดและมรดกทางวัฒนธรรมที่จะนำมาสื่อหรือถ่ายทอดทั้งในนิทรรศการ งานแสดงไลฟ์ และกิจกรรมภายในงาน เพื่อให้ทั้งความรู้และความบันเทิงส่งผ่านไปยังนักท่องเที่ยว จากนั้นทำการออกแบบตัวนิทรรศการที่จะต้องถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาและความสำคัญของจังหวัด ทั้งในแง่ของสังคม เศรษฐกิจ ขบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ศิลปะแต่ละแขนง ให้เป็นเรื่องราวที่น่าสนใจแก่ผู้เยี่ยมชม จากนั้นต้องทำการออกแบบตัวกิจกรรมให้มีความสอดคล้องกับงานในภาพรวม ซึ่งกิจกรรมต่างๆเหล่านั้น อาจประกอบไปด้วย การแสดงคอนเสิร์ต การประกวดไลฟ์ การประกวดแต่งกาย การเสวนาแลกเปลี่ยนความรู้ งานแสดง การ์ตูน หรือการพบปะบุคคลหรือศิลปินที่มีชื่อเสียงโด่งดังของจังหวัด รวมถึงการจำหน่ายจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ดังนั้นแนวคิดที่จะทำการจัดนิทรรศการและเทศกาลไลฟ์ สีสัน สุพรรณบุรี จึงมีความเป็นไปได้อย่างมาก เนื่องจากประเทศต่างๆรวมถึงประเทศไทยเองพยายามจัดเทศกาลบางอย่างเพื่อสร้างความน่าสนใจและน่าจดจำที่จะมอบให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยี่ยมชมให้เกิดความประทับใจต่อสถานที่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวและจังหวัดสุพรรณมีศักยภาพหลายด้านที่สามารถสนับสนุนการเกิดขึ้นของเทศกาลนี้ สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการจัดงาน

เอกสารอ้างอิง

- Chibi Anngle. (2019). Nagasaki Lantern Festival 2016. Retrieved 20 May 2019, from <https://anngle.org/th/j-culture/nagasaki-lantern-festival-2016.html>
- Kotler, P. (2000). Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior (The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.
- Lannaway. (2562). เทศกาลโคมไฟญี่ปุ่น. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ <http://www.lannaway.com/home/post/เทศกาลโคมไฟญี่ปุ่น-กระดาด>
- MTHAI. (2562). เทศกาลโคมไฟเทศกาล 2019. สืบค้นเมื่อ 15 มิถุนายน 2562 จากเว็บไซต์ [แสดงสี่แห่งเมืองปากน้ำ จ.สมุทรปราการ](https://travel.mthai.com/news/202397.html) <https://travel.mthai.com/news/202397.html>
- Romina, A. et al., (2017). Tourism in Southern and Eastern Europe, Vol. 4. CHALLENGES OF THE SOCIAL INNOVATION IN TOURISM.
- Shinnyo en. (2019). Lantern Floating Hawai (2019). Retrieved 15 Jun 2519 from <http://lanternfloatinghawaii.com/>
- Singapore Tourism Board. (2019). River Hongbao. Retrieved 2 Jun 2019, from https://www.visitsingapore.com/th_th/festivals-events-singapore/annual-highlights/river-hongbao/
- TOP CHIANGMAI. (2562). ประเพณีี่เป็ง. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2562 จากเว็บไซต์ <http://www.topchiangmai.com/culture/ประเพณีี่เป็ง-ล้านนา/>
- World Economic Forum. (2017). Travel and Tourism Competitiveness Report 2017. Retrieved May 29, 2017, from <https://www.weforum.org/>
- ไทยทีอปปิคมีเดีย. (2562). งานเทศกาลโคมไฟงวนเขียว พิษณุโลก. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ <http://www.konkao.net/read.php?id=32940>

- จิตรภณ สุนทร. (2561). มุมมองทางภูมิศาสตร์ ผ่านคำขวัญประจำจังหวัด (Geographical Perspective through Provincial Slogans). วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2561.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). เทศกาลโคมไฟดอกบัวประจำปี. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ <https://mgronline.com/travel/detail/9620000036842>
- มติชน. (2562). "เยี่ยมชมเทศกาลแห่งแสงไฟ และวันปีใหม่ชาวฮินดู" (Diwali). สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2562 จากเว็บไซต์ https://www.silpa-mag.com/news/article_3755
- มิถิลา จาริวงศา. (2562). history of toro nagashi japan. สืบค้นเมื่อ 26 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ <https://th.yourtripagent.com/history-of-toro-nagashi-japan-s-glowing-lantern-festival-4693>
- สมจินต์ ชาญกระเป๋ และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม-สิงหาคม.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุพรรณบุรี. (2562). สถานที่ท่องเที่ยวแนะนำ. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ https://suphanburi.mots.go.th/more_news.php?page=8&cid=7
- สำนักงานจังหวัดสุพรรณบุรี. (2562). แผนพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ <http://ww1.suphanburi.go.th/frontpage>
- สำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2562 จากเว็บไซต์ <https://secretary.mots.go.th/index.php>
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร. ปีที่ 10 ฉบับที่ 3 เดือนกันยายน-ธันวาคม 2560.

คณะผู้เขียน

นาย มนตรี สุขสมพงษ์

โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Email: buem_@hotmail.com

นางสาว รตนนภดล สมิตินันท์

โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Email: fonnsmit@gmail.com

ว่าที่ร้อยตรี ดร.ศรััฐ สิมศิริ

โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต

Email: sarath308@hotmail.com